

**Implementación de una Herramienta en Power BI para un Mejor Análisis y  
Comportamiento en las Ventas del Canal OTV**

Plan de Mejora para las Prácticas Profesionales

Luis Andrés González Pastrana

Universidad Santo Tomás  
División de Ciencias Económicas y Administrativas  
Facultad de Negocios Internacionales  
Bogotá D.C.  
2023

## Tabla de Contenido

<b>Resumen</b>	<b>4</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>5</b>
<b>Introducción</b>	<b>6</b>
<b>La Empresa</b>	<b>7</b>
1.1. Aspectos Generales	7
1.1.1. Misión, Visión y Valores	7
1.1.2. Ubicación Geográfica (Imagen 1 y 2)	8
1.1.3. Estructura Organizacional (Figura 1)	9
1.1.4. Unidades donde se desarrolla la práctica	9
1.1.4.1. Análisis DOFA (Tabla 1)	10
<b>Planteamiento del Plan de Mejora Respecto a Las Prácticas Profesionales</b>	<b>11</b>
2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	11
2.2. Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales	12
2.3. Objetivo General	13
2.3.1. Objetivos generales	13
<b>Contenido del Plan de Mejora</b>	<b>13</b>
3.1. Propuesta del Plan de Mejora (Figura 2, 3 y 4)	13
3.2. Conclusiones	16
3.3. Bibliografía	17
<b>Seguimiento de la Práctica Profesional</b>	<b>18</b>

4.1. Programación de actividades realizadas (Figura 5)	18
4.1.1. Cumplimiento de objetivos trazados	19

## Resumen

Mediante el siguiente plan de mejora se busca optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales, tomando como opción de grado las prácticas profesionales realizadas en la empresa Elanco Colombia en el segundo semestre del año 2022. Siendo practicante en el área de Business Intelligence, que se encarga del análisis de ventas, precios y seguimiento de productos en Colombia y diferentes países en América Central y del Sur, también estudia el mercado y la posición de la empresa en comparación con la competencia para generar estrategias enfocadas en el desarrollo y las oportunidades.

A través del siguiente trabajo se plantean los objetivos que se desean alcanzar a lo largo de la práctica y proponer una herramienta en Power BI que le permita al Canal OTV en Elanco Colombia, tener mayor conocimiento del comportamiento de sus productos en el mercado y una visual de las ventas para generar propuestas estratégicas para un mejor posicionamiento.

Palabras claves: Power BI, mercado, ventas, productos, análisis.

## **Agradecimientos**

Los agradecimientos inicialmente son para Dios, por darme la oportunidad de formarme como profesional en la Universidad Santo Tomás y de poder encontrar las prácticas en una buena empresa. De igual manera, le agradezco a mis padres que fueron un apoyo incondicional y fundamental para llevar mi plan de estudio y mi carrera adelante. A mis hermanas y demás familiares que también me apoyaron y me motivaron en este proceso. Finalmente, extendiendo un agradecimiento a mis compañeros de la universidad, personas íntegras, que fueron una ayuda en la mayoría de los momentos.

## Introducción

En Elanco Colombia el canal OTV es el encargado de proveer productos veterinarios para mascotas a los canales tradicionales (tiendas o pequeños almacenes), distribuidores y supermercados, cada trimestre se le envía una actividad de rebate (compras por parte del cliente) y mensualmente una actividad comercial (venta de productos), al alcanzar esta meta el cliente recibirá una nota crédito dependiendo del porcentaje asignado para dicha actividad. Hoy en día simplemente se consolida la información de ventas, compras y bonificaciones que se le entregan a los clientes en un libro de Excel y así se manda a liquidar.

De este consolidado se podrían conocer muchos aspectos en torno a las ventas y compras que hacen los clientes, para tener una mayor claridad de la eficacia de estas actividades, conocer si se está dando el porcentaje adecuado de descuento a cada producto, cuáles son las marcas líderes y las que más optan los consumidores por obtener.

Ahumada Tello (2012) expuso que la inteligencia de mercados surge de la gestión del conocimiento; se refiere al conjunto de estrategias, acciones y herramientas destinadas a la gestión y creación de conocimiento a través del análisis de datos en una empresa u organización. (Ahumada-Tello, 2012, como se citó en Tello, 2016).

Según la definición descrita y a través de la implementación de herramientas tecnológicas como un Power BI para la inteligencia de negocios del canal OTV, se podría hacer análisis para comprender el comportamiento de las ventas y compras de los clientes a lo largo del año, sabiendo qué productos son los más adquiridos y que más ventas generan y crear propuestas para alcanzar un mayor porcentaje de mercado.

## La Empresa

### 1.1. Aspectos Generales

Desde 1954, Elanco se ha comprometido en empoderar a veterinarios, productores de alimentos y a aquellos involucrados con la salud animal, con las herramientas necesarias para ayudar a los animales a vivir vidas sanas. (Elanco Colombia, 2022, parr. 3)

#### 1.1.1. Misión, Visión y Valores

##### Misión

Nuestro negocio se enfoca en el papel increíble que jugamos a través de conectar a gente más sana, animales más sanos y un planeta más sano. Y todo se empodera en un ambiente sano donde nuestra gente se sienta empoderada para hacer la diferencia en la sociedad.

(Elanco Colombia, 2022, parr. 4)

##### Visión

*“Alimento y Compañía Enriqueciendo la Vida. Estas seis palabras nos dirigen a servir un propósito más grande.”* (Elanco, 2022, parr. 1)

##### Valores

- **“Integridad:** todo lo hacemos con integridad, al hacer lo correcto en la forma correcta.”  
(Elanco, 2022, parr. 3)
- **“Respeto:** siempre tenemos respeto por la gente, nuestros clientes y los animales que cuidan.” (Elanco, 2022, parr. 4)
- **“Excelencia:** somos responsables, lo hacemos con disciplina, y nos esforzamos por continuamente mejorar.” (Elanco, 2022, parr. 5)

### 1.1.2. Ubicación Geográfica

La sede principal de Elanco se encuentra en 2500 Innovation Way N, Greenfield, Indiana, 46140.

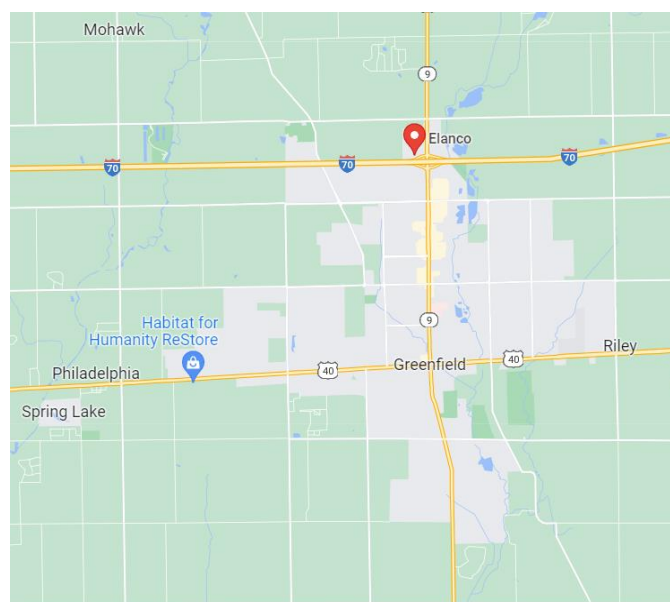


Imagen 1. Google Maps (2022). [Ubicación Elanco en Greenfield, Indiana]

En Colombia está ubicada en Calle 98 No 9A-41 Oficina 601, Bogotá, Colombia, 110221.



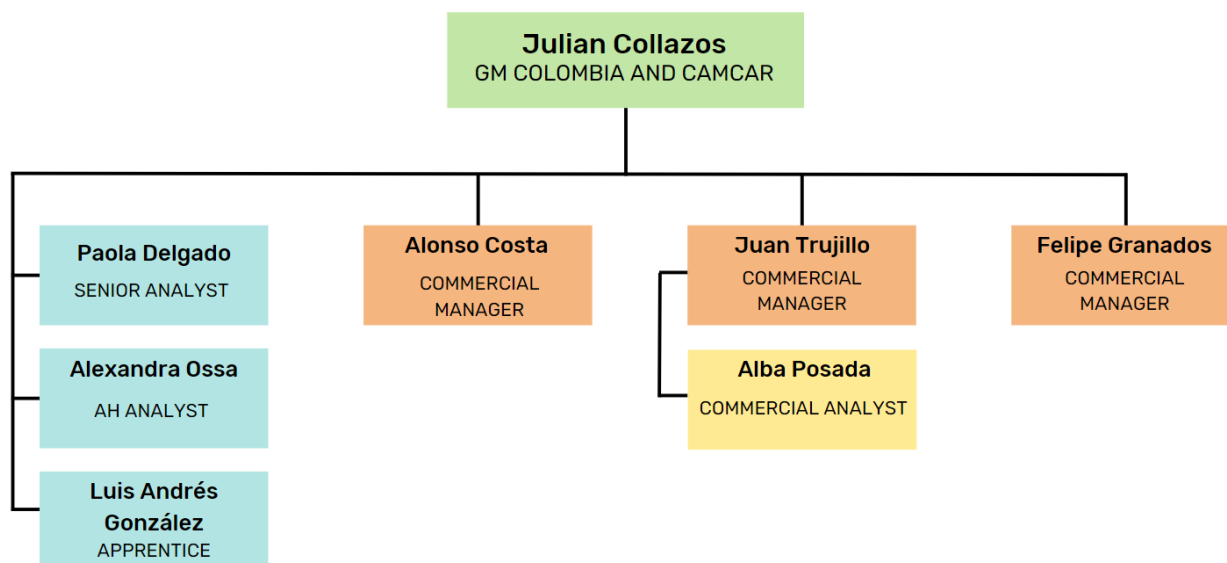
Imagen 2. Google Maps (2022). [Ubicación Elanco en Bogotá, Colombia]

### 1.1.3. Estructura Organizacional

A continuación, se muestra la estructura organizacional de Elanco Colombia, es un organigrama de tipo lineal. En ella están presentes las personas con las que más se interactuó dentro de las prácticas profesionales.

#### Figura 1

Estructura organizacional Elanco Colombia enfocando al área de desarrollo de la práctica.



*Nota:* Elaboración propia, 2023

### 1.1.4. Unidades donde se desarrolla la práctica

El equipo de trabajo en el que las prácticas fueron desarrolladas fue el de Business Intelligence en conjunto con el canal OTV, para este, las principales funciones eran de hacer el seguimiento, la consolidación y el apoyo en el análisis de la información de sell out, inventarios. Las responsabilidades a llevar a cabo eran las siguientes:

- Seguimiento, consolidación y apoyo en el análisis de la información de sell out e inventarios.
- Alimentar la herramienta de transferencias.

- Creación de reportes para facilitar el análisis de datos.
- Generación de reportes y presentaciones de inteligencia de mercado.

#### **1.1.4.1. Análisis DOFA**

En negrilla se encuentran las debilidades y amenazas que impulsaron a la propuesta del plan de mejora.

**Tabla 1**

Análisis DOFA Elanco Colombia.

<p><b>1.1.4.1.1. Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Participación anual del mercado del 36%.</li> <li>● Amplia variedad de productos.</li> <li>● Productos con reconocimiento dentro del nicho de mercado.</li> </ul>	<p><b>1.1.4.1.3. Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Poca iniciativa para una mejor automatización de procesos.</b></li> <li>● <b>Poco orden el cuándo a archivos para llevar registro de actividades importantes.</b></li> <li>● Mucha carga laboral en ciertas ocasiones para la cantidad de empleados.</li> </ul>
<p><b>1.1.4.1.2. Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Incremento del número de mascotas en las familias.</li> <li>● Planes del gobierno para impulsar el sector agrícola.</li> </ul>	<p><b>1.1.4.1.4. Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mayor comercialización de productos genéricos.</li> <li>● Incremento precio dólar.</li> <li>● <b>Algunos productos de la competencia con precios más bajos</b></li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor sensibilidad hacia los animales por parte de las personas.</li> </ul>	<p><b>de lo que se pueden llegar a tener en la empresa.</b></p>
--	---

*Nota:* Elaboración propia, 2023.

## **Planteamiento del Plan de Mejora Respecto a Las Prácticas Profesionales**

### **2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales**

Dentro de las actividades a desarrollar, estaba la liquidación del canal OTV; estas liquidaciones se dan a ciertos productos de mascotas y pueden ser por cantidad (en pesos) vendida y/o comprada con el cliente para la venta en canales finales. Normalmente esta información se organiza en un documento Excel para posteriormente mandarse a finanzas y que sean liberadas las notas crédito correspondientes a estas liquidaciones.

Como se puede evidenciar en el proceso, se pierde información clave como lo son los productos o marcas que se les ofrecen a los clientes, pero no se están respondiendo a preguntas claves como lo serían:

¿Se están alcanzando las ventas deseadas?

¿Cuál es el comportamiento de dichos productos en el mercado en comparación con la competencia?

¿Los clientes claves están comprando en la misma cantidad?

¿Se cuenta con el inventario necesario para poder ofrecer la cantidad de productos deseados a los compradores?

Todas estas son preguntas que se podrían responder con un proceso más automatizado donde, a través de factores cuantitativos gráficamente organizados como: valor de ventas por periodos, bonificaciones y órdenes retratadas, se les dé mayor seguimiento a las ventas de este

canal, de esta manera se podría reducir un poco la carga laboral y generar estrategias para afrontar amenazas externas que puedan perjudicar la rentabilidad del negocio.

Por lo anterior, a través de un tablero en Power BI se podría saber más detalladamente el comportamiento de las ventas, el flujo de compra de los productos y que porcentaje se le podría aumentar el precio sin afectar la dinámica de venta en el mercado para poder combatir la variable del alza del dólar.

## **2.2. Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales**

“Algunas organizaciones han concentrado sus esfuerzos alrededor de modelos de gestión que puedan contribuir al logro de la calidad total. Este es un asunto fundamental para poder competir en el entorno actual” (Supelano, 2015, p.133). Tal como lo menciona Supelano, los modelos de gestión que cada empresa decide implementar van a afectar la calidad y competitividad en el mercado. Es importante que estos modelos se vayan estudiando y modificando dependiendo de la utilidad que puedan generarle a la empresa. Una herramienta que ayude a responder las preguntas planteadas en el inciso anterior ayudaría a conocer más el mercado, los competidores y productos estrella.

Por otro lado, la limitación más relevante sería la del tiempo, teniendo en cuenta que para alimentar al archivo principal se necesitaría que los clientes mandarían la información de ventas que han tenido ya sea mensual o semestral y al ser varios clientes, esto podría tomar un tiempo mientras llegan estos datos, se organizan y se suben al PowerBI, donde se tendrían gráficas que ayuden a mostrar ventas de productos principales en el Canal, ya sea por marca o por cada SKU independientemente, backorders (productos que fueron solicitados por los clientes pero que en el momento no se tenía disponibilidad. Del valor de esa orden se le paga un porcentaje), cantidad en pesos de las bonificaciones que se han dado a los consumidores (esta información también se

podría filtrar por tiempo: año; semestre; trimestre; mes, por SKU o por marca). A partir de lo anterior se podría analizar la información de una forma más cuantitativa y ayudaría a una mejor toma de decisiones.

El alcance principalmente sería para el área comercial; a la cual pertenece el canal OTV, teniendo en cuenta que con esta propuesta se estaría visualizando el alcance de las marcas involucradas en las promociones y ofertas que se la dan a los clientes y lograr mayores ingresos con la información en la herramienta según las gráficas y estadísticas que muestren. También se lograría un alcance para el área de Business Intelligence ya que sería la encargada de manejar esta herramienta y apoyarse de ella para generar estrategias comerciales que permitan un mejor alcance y compromiso para/con los clientes del canal OTV, generando una mejor fidelización, teniendo más clara las necesidades de ellos.

### **2.3. Objetivo General**

Construir un archivo en Power BI que pueda mejorar el análisis del comportamiento de las ventas y la toma de decisiones para el Canal OTV.

#### **2.3.1. Objetivos generales**

Analizar el comportamiento de ventas de los productos usados por el Canal OTV para obtener mayor compromiso con los clientes.

Definir estrategias para impulsar a los productos que más se venden y que tienen una competencia mayor en el mercado.

Comparar precios con la competencia con visuales y posibles proyecciones en Power BI para determinar aumento o disminución de los costos de los productos.

## Contenido del Plan de Mejora

### 3.1. Propuesta del Plan de Mejora

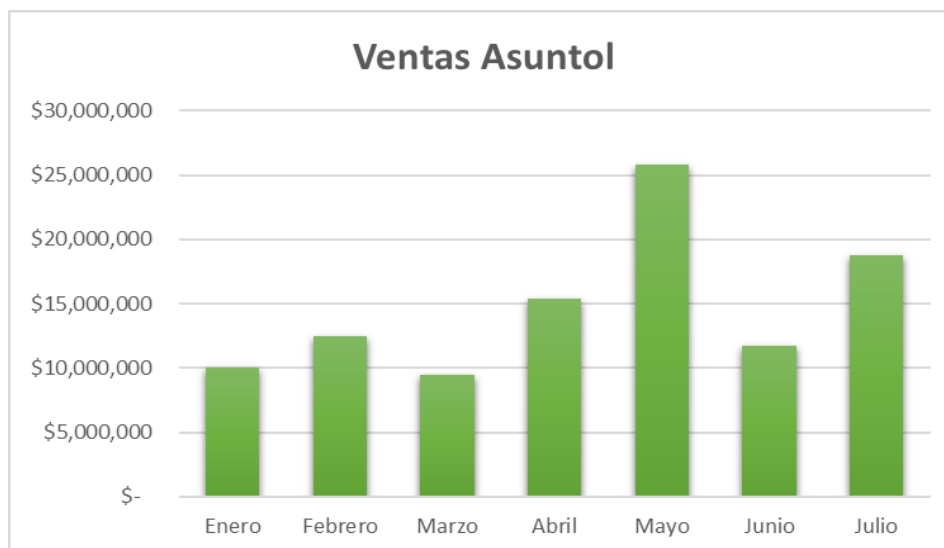
Como se ha venido planteando en la idea de este trabajo y teniendo en cuenta la oportunidad de poder desarrollar una herramienta que permita generar un mejor análisis de datos que produzcan estrategias para seguir impulsando las marcas principales que maneja el canal OTV en Elanco Colombia y poder tener mayor porción del mercado farmacológico animal en Colombia y más adelante en la región de América Latina.

Esta idea se desarrollaría con la implementación de un Power BI que muestre tendencias por marcas, ganancias por meses, trimestres y años, que sirvan para comparar el comportamiento en diferentes periodos. Esto implicaría que la base de datos sea primeramente hecha en un archivo Excel, donde se muestre de manera organizada información de ventas, bonificaciones y backorders que se está dando en este canal.

Las siguientes gráficas serían bosquejos de lo que iría incluido en el archivo de Power BI (no se adjuntan gráficas reales ya que este plan es una propuesta y en su momento no se pudo trabajar con el equipo en Elanco para dejarla implementada) sacarle provecho a la información proveída por los clientes y por el equipo de Business Intelligence:

**Figura 2**

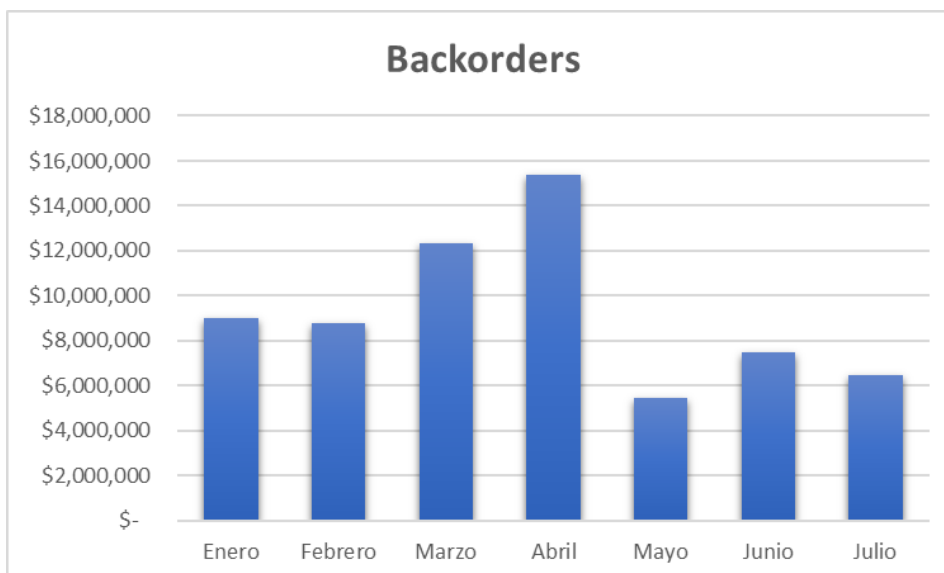
Reporte de ventas por mes de una marca en específico



*Nota:* Elaboración propia, 2023.

**Figura 3**

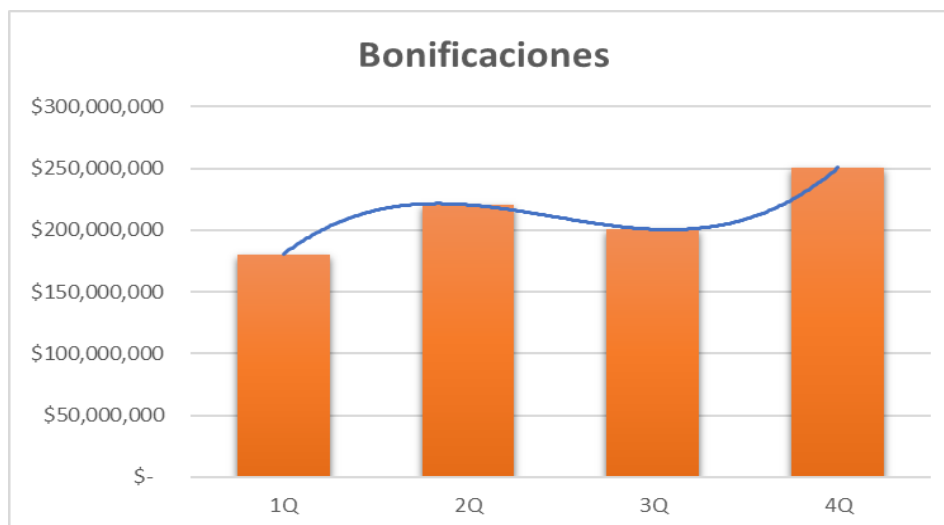
Informe de la cantidad de backorders por meses.



*Nota:* Elaboración propia, 2023.

**Figura 4**

Datos de cantidades pagadas en notas crédito a los clientes por trimestre



*Nota:* Elaboración propia, 2023.

Como se puede observar de los bosquejos, se estaría implementando información que genere un aporte importante para el manejo del análisis de estrategias de posicionamiento de marca, ventas e incluso porción de mercado en comparación con la competencia; también se le estaría dando respuesta a los objetivos planteados en este trabajo.

**3.2. Conclusiones**

En el desarrollo de la práctica profesional, la dificultad que más evidente fue que los clientes mandaran la información requería para poder hacer la liquidación de las notas crédito (bonificaciones) que más adelante, cuando se implemente el archivo de Power BI puede que sea un inconveniente al momento de poder montar los datos en el archivo, otro pequeño percance fue organizar el archivo base en Excel, ya que se encontraba información en varios libros, lo que hacía más difícil su análisis y manejo, por lo que, simplifiqué en un solo archivo sin que se pasara por alto información importante.

Por otro lado, las oportunidades que pude evidenciar para este mercado es grande, ya que hoy en día muchas más personas en Colombia deciden tener animales, principalmente perros y gatos, como parte de su familia, por lo que la sensibilidad y el sentido de cuidado y bienestar hacia las mascotas ha incrementado exponencialmente, abriendo la puerta a esta industria. Otras oportunidades que pude observar internamente, es la disponibilidad de cada área para desarrollar proyectos en equipo, brindando información y ayuda cuando se requiera.

Con resumen, la implementación de este plan de mejora se podría dar teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y los conocimientos adquiridos en la carrera, cómo lo visto en Gerencia de Multinacionales, donde ideas de cómo proponer estrategias para la toma de decisiones aportarían bases a los posibles usos que se le podía dar a la herramienta, principalmente a darle más visibilidad al área comercial y de business intelligence que son las que trabajan de la mano con el canal OTV.

### **3.3. Bibliografía**

- Ahumada-Tello, E., Zarate Cornejo, R. E., Plascencia López, I., & Perusquia Velasco, J. M. A. (2012). Modelo de Competitividad Basado en el Conocimiento: El Caso de las Pymes del Sector de Tecnologías de Información en Baja California (Productivity Model Based on Knowledge-The Case of the Information Technology Pymes in Baja California). *Revista internacional administración & finanzas*, 5(4), 13-27.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1954073](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1954073)
- Elanco. (2022). *Nuestra Visión*. <https://www.elanco.com/es-latam/about-us/our-vision>
- Supelano, K. L. (2015). Modelo de automatización de procesos para un sistema de gestión a partir de un esquema de documentación basado en Business Process Management (bpm).

*Universidad & Empresa, 17(29), 131-155.*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5467300>

## Seguimiento de la Práctica Profesional

### 4.1. Programación de actividades realizadas

**Figura 5.**

Programación de actividades realizadas.

2022						
Actividades \ Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inducción a Elanco Colombia	✓					
Reporte del mercado de ganadería y mascotas en Colombia, Perú, Ecuador, y países de Centro América	✓					
Recolección de información para liquidación actividades comerciales y planes de inteligencia de mercado del 2Q	✓					
Recolección y organización de información para la liquidación de notas crédito del canal OTV	✓	✓		✓	✓	
Generación de análisis del comportamiento de ventas por producto y marca para el mercado de Perú y Ecuador	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Elaboración encuesta de comparación de precios para varios mercados en América Latina	✓	✓			✓	
Envío de información de MKTL, bonificaciones y notas crédito a clientes		✓		✓		
Apoyo en la sistematización de las transferencias con el equipo de Brasil		✓	✓	✓		
Recolección de información para liquidación actividades comerciales y planes de inteligencia de mercado del 3Q			✓	✓		
Recolección de información para liquidación actividades comerciales y planes de inteligencia de mercado del 4Q					✓	✓
Entrega de puesto practicante del área de Business Intelligence						✓

**Nota:** Elaboración propia, 2023.

#### 4.1.1. Cumplimiento de objetivos trazados

**Figura 6.**

Cumplimiento de objetivos trazados.

Ciclos	Actividades	Logros	Dificultades
<b>Ciclo 1</b> (1 al 31 de julio)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar informe del mercado de la ganadería y de mascotas de diferentes países.</li> <li>2. Elaboración de encuesta para el conocimiento de los productos y su competencia.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adquisición de conocimiento sobre la industria.</li> <li>2. Desarrollo del uso de herramienta ofimáticas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtención de información de fuentes confiables.</li> <li>2. Ninguna.</li> </ol>
<b>Ciclo 2</b> (1 agosto al 30 septiembre)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Simplificación de los archivos de liquidaciones del canal OTV.</li> <li>2. Liquidación de actividades y planes comerciales para Colombia y Ecuador y de actividades POS y Rebates para el canal OTV del 2Q.</li> <li>3. Acopio de datos de encuesta de precios en varios países de América Latina.</li> <li>4. Generación de reportes para el análisis de productos y marcas en Ecuador y Perú.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consolidación de la información para un mejor análisis y visualización.</li> <li>2. Consolidación de la información para el pago a los clientes.</li> <li>3. Cimentar la base de datos para el análisis de precios.</li> <li>4. Apoyar al equipo en la presentación de resultados y adquisición de conocimientos de análisis de datos y Power BI.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planeación de los campos y de la información a poner en el archivo.</li> <li>2. Aprender a liquidar cada actividad comercial.</li> <li>3. Ninguna.</li> <li>4. Aprender a analizar datos.</li> </ol>
<b>Ciclo 3</b> (1 octubre al 30 noviembre)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementación en conjunto con el equipo de Brasil, de la sistematización de la plataforma para generar el reporte de transferencias.</li> <li>2. Liquidación de actividades y planes comerciales para Colombia y Ecuador y de</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Simplificación del proceso de transferencias.</li> <li>2. Consolidación de la información para el pago a los clientes.</li> <li>3. Cimentar la base de datos para el análisis de precios.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitar a los representantes sobre la herramienta.</li> <li>2. Envío oportuno de la información por parte de los clientes.</li> </ol>

	<p>actividades POS y Rebates para el canal OTV del 3Q.</p> <p><b>3.</b> Acopio de datos de encuesta de precios en varios países de América Latina.</p> <p><b>4.</b> Inicio de proyecto para fidelización de clientes para el equipo de BLS (biolactoseguridad).</p>	<p><b>4.</b> Creación de una herramienta que fortalece y ahorra tiempo en cuento a un sistema de puntos para los clientes.</p>	<p><b>3.</b> Ninguna.</p> <p><b>4.</b> Proceso que involucra a muchas áreas.</p>
<p><b>Ciclo 4</b> (1 al 31 de diciembre)</p>	<p><b>1.</b> Liquidación de actividades y planes comerciales para Colombia y Ecuador y de actividades POS y Rebates para el canal OTV del 4Q.</p> <p><b>2.</b> Presentación de entrega del puesto de practicante en el área de Business Intelligence.</p>	<p><b>1.</b> Consolidación de la información para el pago a los clientes.</p> <p><b>2.</b> Dejar hecho una guía de las tareas a realizar para la siguiente persona a ocupar el puesto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ninguna.</li> <li>● Ninguna.</li> </ul>

*Nota:* Elaboración propia, 2023.